

# Die Millennial-Generation tendiert dazu, von Job zu Job zu springen und sich nicht langfristig an einen Arbeitgeber zu binden. Wie kann ein Arbeitgeber den Karriereweg attraktiv darstellen und gestalten, um diese Generation langfristig an sich zu binden?



## SCHWARZ!

Wir haben innerhalb des Berufsfelds Kommunikation tagtäglich mit der sogenannten Generation Y beziehungsweise den Millennials zu tun und können die Wahrnehmung der beruflichen Bindungsunfähigkeit nicht uneingeschränkt bestätigen. Die Zielgruppe, um die es hier geht, ist heute zwischen 23 und 38 Jahre alt. Wir reden also über Berufseinsteiger und diejenigen, die bereits viel Berufserfahrung sammeln konnten.

Speziell in der ersten nachuniversitären Zeit ist es wichtig, ein breites Wissens- beziehungsweise Fach-Know-how zu sammeln, um konkurrenz- und zukunftsfähig zu bleiben. Das kann sowohl auf Agentur- als auch auf Industrieseite geschehen. Die Lernkurve ist oft steiler, wenn man in einer Agentur mit einer hohen Beratungsbreite und -tiefe einsteigt. Spannend wird es für den Arbeitgeber, wenn nach etwa zwei Jahren die erste Lernphase vorüber ist und es um die Möglichkeiten der Weiterentwicklung geht. Dann muss man – ob Agentur oder Industrie – vor allem eine „echte“ inhaltliche und monetäre Entwicklung bieten, um die

mit viel Engagement ausgebildeten Mitarbeiter länger an sich zu binden. Am Anfang einer Karriere sind daher regelmäßige berufliche Veränderungen im Turnus von zwei bis drei Jahren nicht außergewöhnlich, sondern im Sinne einer zielstrebigen Karriere sogar empfehlenswert. Zu oft ist es erst der Sprung in eine andere Struktur, der den „Next Step“ ermöglicht. Im weiteren Verlauf einer Karriere und mit steigendem Verantwortungsgrad sollte im besten Fall etwas mehr Kontinuität einsetzen. Stimmen Firmeninhalt, -kultur, -philosophie und grundsätzlich gute Rahmenbedingungen sowie ein positives Arbeitsumfeld mit den Vorstellungen des Arbeitnehmers überein, ist der Arbeitsplatz länger attraktiv und spannend.

**Transparenz, Ehrlichkeit, Loyalität, flexible Arbeitsstrukturen und eine ausgewogene Work-Life-Balance sind in diesem Zusammenhang weitere wichtige Attribute. Wenn beide Seiten wissen, worauf sie sich einlassen – inklusive aller offen kommunizierten gegenseitigen Ecken und Kanten –, kann ein ehrliches und langfristiges Commitment erfolgen.** Eine Verweildauer von mehr als fünf Jahren ist dann nicht selten, auch bei Millennials. Wenn nicht, sind es genau diese Argumente, die uns gegenüber als Wechselmotive genannt werden.

Häufig wird der „Generation Me“ nachgesagt, in höherem Maß spaß- und freizeitgetrieben zu sein, sich stärker an den individuellen Bedürfnissen zu orientieren und sich möglicherweise weniger verbindlich auf einen Job einzulassen. Wir denken, dass wir aktuell eine Generation erleben, die gelernt hat, stärker auf sich selbst achtzugeben und klare Ziele zu definieren, die sowohl das Berufs- als auch das Privatleben berücksichtigen. Gibt es in diesen Bereichen einen passenden Match zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber, erleben wir eine hohe Verbindlichkeit.